

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Survei kepada Konsumen Sepatu Merek Converse di Kota Malang)

SKRIPSI

**MERRY BELLA FEBRIANA
NIM. 115030307111028**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI BISNIS INTERNASIONAL
MALANG
2016**

DAFTAR ISI

TANDA PENGESAHAN MAJELIS PENGUJI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kontribusi Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II PEMBAHASAN	7
A. Penelitian Terdahulu	7
B. Landasan Teori.....	19
1. Pemasaran Internasional	19
2. Bauran Pemasaran.....	19
3. Perilaku Konsumen	33
4. Keputusan Pembelian.....	35
5. Hubungan Keputusan Pembelian dengan Bauran Pemasaran	36
C. Model Konseptual dan Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	41

A. Jenis Penelitian.....	41
B. Lokasi Penelitian.....	41
C. Konsep, variabel,Definisi Operasional, dan Skala Pengukuran	42
D. Populasi dan Sampel	47
E. Teknik Pengumpulan Data.....	49
F. Uji Validitas dan Reabilitas	51
G. Analisis Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Gambaran Perusahaan.....	57
B. Karakteristik Responden	58
C. Gambara Variabel yang diteliti	63
D. Analisis Regresi Linier Berganda	80
E. Pengujian Hipotesis	83
F. Pembahasan.....	86
BAB V PENUTUP	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	